

# 举办者检查清单

迈向成功演出的第一步

## 演出前12个星期

- 确认并预定合适的演出场所；向演出场所负责人提供杨百翰大学的技术细节资料
- 提出合理预算，包括对所有费用的预计以及预期的收入
- 通知所有演出组织成员相关赞助事宜
- 在收到杨百翰大学的通知后，完成并寄回演出协议和舞台信息调查表
- 选择销售，宣传，公共关系及后勤领导小组
  - 销售                      票价和销售
  - 宣传                      新闻报道，广告和采访等公共宣传
  - 公共关系                特约嘉宾，新闻界，影视节目
  - 后勤                      餐饮，住宿
- S  确定票价及销售办法（见售票指南）
- S  确定是否对家庭，团体及提前订票做出优惠
- P  列出有关海报及其它宣传品的计划（见宣传指南）
- P  准备好发放给新闻单位的宣传品，明确新闻，广播和电视台的联系人，以便全方位报道演出
- PR  确定是否为观众提供节目单（见公共关系指南）
- PR  确定社区领导，政府领导，新闻工作者，艺术评论家并邀请他们观看演出
- PR  确定检票员，领位员和节目单的发放工作
- H  确定何时何地提供餐饮（见后勤指南）
- H  确定演出团体的住宿

## 演出开始前的6个星期

- S  安排印票工作，开始组织售票
- P  为报纸准备4到5篇不同的新闻报道及照片；完成海报等宣传品的印刷；通知点广播和电视台的相关人员
- PR  邀请特约嘉宾观看演出（在演出前3周将票寄出）

## 演出开始前的5个星期

- S  开始售票工作，宣传团体票
- P  向报纸提供已准备好的新闻及图片（付款），开始张贴发放宣传品

## 演出开始前的4个星期

- S  评定售票情况，开始或继续宣传
- P  第二次向报纸提供已准备好的新闻及图片（付款）；考虑对歌舞团领导或演员进行电话或电视采访
- PR  从杨百翰大学获得最终的节目信息；如果杨百翰大学不负责提供节目单，则开始印刷。
- H  安排住宿（宾馆或接待家庭），平均每个房间至少两人，每人一床
- H  做好演出前的晚餐计划，最好能够在演出地点解决（可以考虑由饭店送餐或类似的形式）

## 演出开始前的3个星期

- S  评定售票情况，最后一次促销团体票
- P  第三次向报纸提供已准备好的新闻及图片（付款）；考虑在歌舞团到达时对演员或导演进行电话或电视采访

PR □ 邮寄给所有的特约嘉宾和新闻评论员请柬及免费票

### 演出开始前的2个星期

S □ 评定总销售情况， 决定是否需要更多宣传;把未售出的票集中到一个售票地点

P □ 第四次向报纸提供已准备好的新闻及图片（付款）；考虑最后一次分发及张贴海报

PR □ 落实检票员， 领位员人员到位， 预定好在演出前开预备会的时间

H □ 将住宿房间及人员情况邮寄给艺术表演总监。为了分配工作的顺利进行， 另外请附上床及房间的数量

### 演出开始前的1个星期

S □ 确定是否需要再次降价或提供更优惠的团体票， 做好在剧院门口售票的准备

P □ 安排在演员到达前进行最后一次广播、电视采访（现场或电话）

PR □ 确认所有特约嘉宾的座位和其他预定座位的情况;保证节目单可以随时发放;在开场前对检票员， 领位员告知注意事项;考虑是否需要在演出前由剧院工作人员向观众问好

H □ 落实演出当天的餐饮计划;通知宾馆或接待家庭歌舞团的到达日期;落实是否需要预备额外的食品（盒饭）；确保在歌舞团到达时， 剧院的代表和演职人员见面

### 演出的当天

□ 在歌舞团到达时与之见面

□ 准备好后台， 包括为演员提供饮用水

□ 在观众入场前和歌舞团确认他们是否准备完毕

### 演出结束后

□ 和剧院相关人员一起达成对租赁费用和付款办法的共识

□ 在演出结束后的10天内， 将演出费用（根据和杨百翰大学签订的演出协议）， 收支细目表和演出评定邮寄给艺术表演总监

□ 将所有的新闻报道， 新闻短片， 广告， 海报， 门票和节目单邮寄给艺术表演总监以造册收藏